

近代臺灣的歲時觀與贈答習俗之研究：

從中元歲暮贈答到中秋歲末送禮

林承緯

國立臺北藝術大學建築與文化資產研究所副教授

日本國立大阪大學博士

## 摘要

本研究著眼於近代臺灣贈答習俗的傳承發展及其變遷，以定期舉行於中元、中秋、歲末的贈答為題，運用第一手史料文獻、民俗資料，探討傳承於臺灣民間的贈答習俗，從中探索今日臺灣民間逢中秋、歲末的送禮與日本贈答文化的關聯，解析日治時期由日本人引進的御中元、御歲暮對臺灣民間饋贈可能的受容影響。此外，也將針對併行於日治臺灣社會的新舊曆法制度，及日本人、臺灣人歲時觀造就的贈答行為展開討論。檢視臺灣贈答習俗的傳承途徑，從清領時期的中秋、歲末，到了日治時期，贈答分別傳承於日本人與臺灣人的日常生活，日本人的歲時性贈答以中元、歲暮為主，臺灣人的歲時饋贈則集中於中元、中秋及歲末。戰後初期，臺灣民間主要的歲時饋贈時節，又回復到清領時期盛行的中秋、歲末送禮，其因除了原中元普度後分贈親友供品的饋贈，也由於舉行時間與中秋接近而出現習俗統整的情形，並與應與政府當局主導的民族節日有關。至於日治時期隨著現代化社會脈動帶來的都市化、產業化及商品化，則僅對傳統漢人社會的饋贈贈答模式、禮品類型的擴充帶來影響。

關鍵字：贈答習俗、中秋送禮饋贈、御中元與御歲暮、民間歲時觀、民俗文化

## 壹、前言

從送禮、饋贈（gife-giving）到相互酬贈答謝的贈答（exchange presents）行為，可說是人類生活中不可或缺的社會行為傳承，一種維繫強化人際關係、社會關係的習俗行為。每逢過年過節，各地的商家店頭紛紛擺上應景禮盒，搭配充塞於大小媒體的送禮廣告，構成現代人對傳統節日所留下的印象。人們出門訪友不忘備妥小禮，兩串蕉的空手被視為無禮之舉，相信人人皆有為該準備甚麼扮手禮，或在旅行過程中為找不到合適的土產而大傷腦筋。此外，當接獲禮物之後，又產生是否需回禮，該如何挑選適合的回贈，選擇什麼樣的禮品等諸如此類的問題。今日的臺灣，饋贈、送禮與你我的日常生活仍密不可分，其中，又以中秋、年節這兩大定期性的節日送禮最受重視，甚至近年來在市場商業導向強力推波助瀾之下，讓這兩大傳統節日的贈答饋贈有更加蓬勃熱絡的趨勢。

人們為何需向他者提供禮物？如此饋贈以至於互贈作法的贈答，究竟存在著甚麼特殊意義。法國的人類學家、社會學者摩爾（Marcel Mauss 1872—1950）根據對波利尼西亞、美拉尼西亞和北美洲原住民族的禮物交換研究，指出贈答習俗成立的原因可分成「禮物的提供」、「禮物的接受」與「再回贈禮物」3項道德義務。一方面，英國人類學家馬林諾夫斯基（Bronislaw Malinowski 1884—1942）也針對贈答行為的結構，進一步提出互酬性、互惠（reciprocity）的解釋，認為互酬性是面對自身獲得的有形物質性禮物及無形屬性的關愛行為下，希望回報他人的一種心態。這種施與受之間的平衡，即為維持人際關係穩定的關鍵。<sup>1</sup>贈答習俗或是人類學普遍使用的贈與交換（gife-exchange）的研究定義，在19世紀的人類學、社會學領域廣受討論，至於民俗學對這方面的考察，就以日本的民俗學者柳田國男（Yanagita

---

\* 感謝2位匿名審查委員提供寶貴的修改意見。

1 伊藤幹治、栗田靖之編著，《日本人的贈答》（東京：ミネルヴァ書房，1984年），頁5-6。

Kunio 1875—1962) 最具代表。柳田國男首先提出「贈答」的原形源自神人共食的概念，贈品原是獻給神的供品，藉由物品的贈與達到神人共食的狀態。<sup>2</sup>也就是說，贈答文化原本存在於參與祭典的人群信徒間，不過隨著該習俗傳承上所受的變化，轉變成今日留傳於人與人之間的禮品互贈。民俗學在贈答起源的探討之餘，對贈與交換方面的研究，還著眼於贈答的時間點、贈答品·禮物的種類、贈答的作法、社會間的關係等面向。反觀國內學界對於送禮饋贈贈行為、贈答習俗的研究，仍以人類學界持續該學科在禮物交換研究課題的關注居多，當中又以臺灣原住民物質文化展開的實證性研究成果較為豐碩。

贈答習俗在現今社會，仍是一項生氣勃勃的習俗傳承，舉凡前述的端午、中秋、年節送禮，婚喪喜慶的饋贈，慶祝親友新居落成、職位高升，探病慰問攜帶的鮮花、營養品，乃至於聖誕節、情人節的玫瑰花及巧克力，都是臺灣社會人際間所衍生的文化樣貌。這種送禮的模式，有的出自個人對個人的交誼、或是家與家的往來、個人對團體的互動，各種饋贈、交際的情感連結，在禮物、禮金等有形物為象徵下，構成了臺灣送禮文化的民俗內涵。就在這些贈答·饋贈之間，中秋、年節的送禮模式顯得最具慣習化，也是日常生活中最為人所知的饋贈時機。如此習以為常的習俗行為，究竟如何在臺灣社會生根發展，其傳承發展源由，以至於在眾多節日之中，何以選擇中秋、年節，這些疑問，成為了筆者開啟這項研究的動機。談到送禮文化，讓人不得不聯想到送禮大國的日本，日本社會傳承了一套龐大細緻的贈答文化習俗。其中，中元時節的「御中元」與年尾「御歲暮」的定期性送禮，不論在贈答模式、送禮週期、贈品內容等方面，對照臺灣的中秋與年節讓人感到似曾相似。

日本贈答習俗的根源可上溯到室町時期（1336—1573）的武家社會，<sup>3</sup>不過送禮行為的慣習化、通俗化以至於制度化，構成現今所見一般市井小民擇

2 柳田國男，《定本柳田国男集》，第14卷（東京：筑摩書房，1962年），頁306-321。

3 伊藤幹治，《贈答の日本文化》（東京：筑摩選書，2011年），頁13。

特定之日，饋贈賀禮給受恩惠關照之上司友人的行為模式，大致來到19世紀末才完全定形。在近代之前，贈答多止於特定階層社會或親人間的送回禮，日後這種建構於人際間的生活習俗，更在郵寄、宅配等現代通訊物流，及百貨公司、專賣店等市場經濟商業手法的助長下，造就出蓬勃發達且深具特色的贈答文化。日本的贈答於近代至今百餘年間，獲得穩定的傳承受容，成為現今日本人最熟悉的新興歲時慣習。巧合的是，臺灣在進入日治時期的時間點，正好與贈答這融合現代機制而茁壯的制度化發展期相近。西元1895年，臺灣在清國與日本簽訂馬關條約之下，成為日本統治下的新領土，半世紀日本統治期間，因應統治方針於政治、經濟、社會、文化、教育層面施行現代化的治理措施。另一方面，抱持著開發新天地渡海來台的日本人，在這些來自民間士農工商的移住下，傳承於日本本地的生活慣習與民俗文化也相繼被引進臺灣。根據《臺灣日日新報》等相關文獻資料及描繪當時街景商店的圖繪，顯示日本的贈答習俗及相關文化早在日本統治初期即傳入臺灣。

明治維新可說是日本邁向現代化國家的關鍵期，在政府主導下，舉國積極吸收西方制度，同時為了與國際接軌，施行了兩項重大影響民間社會的政策。分別為明治5年（1872）12月的改曆，將傳統使用的太陰太陽曆改為太陽曆，第2項變革為明治9年（1876）3月制定的日曜休日制。這兩項措施皆深刻地影響自古以來傳承於日本各地的固有文化傳統，特別是將過去順應農耕採行的太陰曆為主、太陽曆為輔的曆法制度，在一夕之間轉換成西洋普遍通行的太陽曆（新曆），<sup>4</sup>連帶的所有歲時性節日活動的辦理，也完全依照新曆的時間，造成原傳統節日與季節間產生的落差。在歷經明治改曆後的日本社會，新曆的歲時節日與習俗活動隨著日本人的生活而流傳，採行新曆的御中元、御歲暮贈答模式開始在臺灣各地流傳發展。不過一方面，在遵循農曆的臺灣傳統社會裡，現今成為人們送禮時機的中秋、新年等傳統節日，在日治時期是否與日本人的御中元、御歲暮間構成甚麼樣的受容及影響。來自

---

4 佐藤健一郎、田村善次郎，《曆と行事の民俗誌》（東京：八坂書房，2001年），頁17。

不同文化根源的贈答饋贈、相異曆法下的傳統節日，在相同時空的並行共存發展中，其彼此間是否互成衝擊與影響。

本研究主要著眼於近代臺灣贈答習俗的傳承發展及其變遷，以第一手史料文獻、民俗資料為依據，採定期性舉行的中元、中秋、歲末為焦點，探討這段傳承於臺灣民間的贈答習俗。從中企圖針對以下3個問題點展開探討，其一、今日臺灣民間逢中秋、歲末的送禮形式與日本贈答文化的關聯性，解析日治時期由日人引進之御中元、御歲暮對臺灣民間饋贈的受容及變化。其二、日本贈答民俗在臺半世紀傳承間，屢次遭逢生活改善運動等政府當局主導習俗儉約規範的挑戰，這些外力對民間慣習的干預是否也對贈答饋贈的傳承造成衝擊。其三、並行於日治時期臺灣社會的新曆、舊曆兩套曆法系統，在歲時贈答這項習俗行為上是否同樣順應日本人、臺灣人呈現兩套不同的歲時觀，而伴隨國家制度導入的新曆制度對民間社會帶來那些層面的影響。

基於以上的研究著眼與議題設定，本文扣除前言、結論，將透過3個章節來進行論述。「貳、日本歲時節慶所見的贈答」將從日本民間社會傳承的贈答談起，針對日本傳統贈答的結構模式、歷史探源、傳承構造等進行概述，著重於近代贈答朝向大眾化的發展過程，包含近現代的社會結構、市場經濟、人際網絡等因素，說明以御中元、御歲暮為代表的日本贈答習俗的全貌。「叁、漢人傳統社會下的贈答」與「肆、日本贈答在臺的傳承軌跡」，則從民俗學、庶民生活史的角度展開送禮在臺的歷史考察，從零星史料文獻關於清代臺灣人的饋贈習俗為始，導入開啟臺灣民間送禮發展新紀元的日治時期，順著歷史軸對當時臺灣人、日本人於歲時節日中的贈答饋贈進行通時性考察。除此之外，也將針對日治時期的中元歲暮及今日歲時送禮主流的中秋年節之轉變，論述傳承於臺灣民間的饋贈送禮經歷過日治時期，對漢人社會傳統饋贈究竟產生甚麼樣的變化。具體而言，日治時期並存於當時社會的，分別為日本人逢新曆年中、年底的御中元與御歲暮兩大贈答，臺灣人則在舊曆7月、8月半及送年來送禮。這兩套同時傳承於歲時節慶中，透過物資贈與、交換的習俗文化，在饋贈行為模式、送禮期間、禮品內容等方面是否

有顯著的差異。從戰前兩道不同的民俗文化體系的傳承軌跡，到達戰後至今主流的中秋送禮，對於這項民俗文化的傳承過程及變遷受容的解析將是本研究最大的關心。

## 貳、日本歲時節慶與贈答

### 一、贈答的展開

傳統社會的生活規律立足於維持人們生計的農漁牧，特別就臺灣、日本等以稻作為主要生業的地區，農稼活動與天體運行、季節推移息息相關。春耕播種開啟一年之始，接著插秧、除草施肥，確保稻作順利生產，秋季開始收割、最終進行打穀、收藏，完成一整年的農耕活動。在規律的各生產環節中，春耕祈求豐收，待秧苗成長，舉行送蟲儀式，入秋豐收敬神感謝，到了四季循環過一周的歲末，將以隆重的祭儀謝神並為來年耕作來祈願。人類為滿足生活所需，參照天體運行規律制定曆法，建構出年、月、日等明確的時間觀。日本在明治6年（1873）改曆之前，是以中國制定的太陰太陽曆（陰曆、舊曆）為基礎，再根據日本的風土所修訂的曆法。<sup>5</sup>舊曆不同於以太陽運行為基準，而是依據太陰的運行變化來編製曆法。每1輪的陰晴圓缺作為1個月，新月是初一、滿月為十五，再以地球繞行太陽1周的時間為1年，並衍生24節氣的概念。改曆之後的日本，所有原本遵循舊曆的歲時節日，一夕之間都改為新曆日期，造成多數的節日與季節不協調的情形，譬如15日夜空非滿月。

日本傳統社會將滿月視為重要的時間規準，因此也多選擇15日進行祭祀活動，不過中國傳入的上元、中元、下元等分別代表正月15日、7月15日、10月15日的三元觀，大致只吸收了佛教盂蘭盆會元素的中元，成為了日本本

---

5 新谷尚紀，《和のしきたり 日本の曆と年中行事》（東京：日本文芸社，2007年），頁12-15。

地的歲時節日。傳統民間將1年中的1月與7月，各別視為完整年度的開始，1月15屬於正月新年，也就是1年的開端；7月15的盂蘭盆會，則又是另一階段的起始，在這兩時間交匯點將準備供品祭拜神靈。一月為前半年的開始，民間逢歲末會備妥米、麻糬、鹹鮭魚、鯖魚等供品，回到老家祭拜年神、祖靈，同時還會攜帶祝頌父母長輩平安長壽的賀禮「生見玉」，顯示此俗原屬祖先崇拜的一環。<sup>6</sup>至於7月15的中元盂蘭盆會，可視為後半年的起跑點，同時在民間，也流傳子女過節需攜禮品返家探望父母之俗。在分別傳承於江戶時期甚至更早的1月及7月歲時習俗之中，分別可見賀禮、供品等各式物品的贈答行為。不論是作為祭拜年神、祖靈的供品，還是送給父母享用的食物，皆可反映江戶時期重視孝道的時代精神，同時，1月中與7月中的時間點正好也是商家的結算日。<sup>7</sup>除此之外，另一層贈答信仰層次的意義，出自藉由物來強化人們身心靈力的儀式行為，如正月饋贈父母的生見玉（一般使用生魚），即為典型一例。<sup>8</sup>在進入近代以後，原本在歲末的送禮習慣開始從親屬間擴大到平日受照顧的親友、職場上司，這種送禮行為也逐漸的定型穩定，普遍舉行於12月上旬至25日期間，統稱「御歲暮」。至於時間正逢一年後半段，在7月15日的送禮則稱為「御中元」，如同年末送禮的物品饋贈，藉此節日以禮品感謝自己周遭互動往來的親友。

以年中兩大歲時節日為發展根基的「御中元」與「御歲暮」，從依附日本正月新年、盂蘭盆會傳統歲時之一的過節習俗，歷經數百年來傳承的時空背景及社會型態、生活文化等調整，發展出符合現代日本社會的贈答文化。「贈答」一詞為日本民間最通俗的用語，雖然「送禮（贈與）」、「回禮（返禮）」之說也存在，民俗學、人類學者伊藤幹治認為，贈答的概念之所以在日本社會中廣泛流通，主要來自送禮、回禮的贈答結構已成為日本民眾間的共識，甚至被人們視為是一種準社會規範。<sup>9</sup>如此具代表性的饋贈

6 宮田登、荻原秀三郎，《催事百話 ムラとイエの年中行事》（東京：ぎょうせい，1975年），頁45。

7 宮田登、荻原秀三郎，《催事百話 ムラとイエの年中行事》（東京：ぎょうせい，1975年），頁199。

8 井之口章次，《日本の俗信》（東京：弘文堂，1975年），頁122-126。

9 伊藤幹治、栗田靖之編著，《日本人の贈答》（東京：ミネルヴァ書房，1984年），頁2-3。

行為，究竟何時開始出現於日本，對於日本贈答發展的源頭考證，向來受史家所重視。如果僅涉及單方的饋贈，相信歷史至少可溯及到上古，不過，若指得是兩方之間的送禮·回禮，也就是「贈答」概念的出現，如前言所述，一般指向室町時期武士階級間盛行的「均等交換」禮節，這是學界目前對日本贈答源頭考證的通說。歷史學者石田晴男分析16世紀由本願寺派第10代宗主證如留下的古文書《天文日記》，指出贈答也就是送回禮的餽贈概念在當時已相當成熟，收禮者將根據送禮者的身分、送禮時間、送禮內容、禮物數量作為回禮依據。<sup>10</sup>另外，在室町時期的武士伊勢貞親（1417—1473）所撰《伊勢貞親教訓》這本家訓中，也出現「收到他人送禮時，必須備妥相等的禮物回贈」<sup>11</sup>的文字描述。

## 二、近代的贈答

從數百年前武家社會的義理贈答，傳承至今成為年年逢年尾、年中盛大舉行的「御中元」、「御歲暮」習俗活動，贈答內涵、形式、時間等外在的形式表現，相信已出現不少的改變。當然，日本社會的贈答文化非僅止於「御中元」、「御歲暮」，舉凡正月、中元以外如3月、5月的節句、春秋的彼岸等歲時節日，婚喪及生育的生命禮俗，以及新家落成、疾病慰問、入學畢業慶賀、遠行餞別等各日常生活環節，甚至近幾十年來每逢2月中旬與12月底，一年比一年熱鬧的情人節、耶誕節都充滿了送禮的畫面。藉此可知，贈答習俗的傳承是在社會背景環境等眾多條件交錯下傳承受容，代代延續舊俗衍生新意的民俗文化。加上近代在國家體制、經濟條件、都會文明形塑下創出的大眾文化，兩者並存匯流成現今仍延續發展的文化樣貌。據說今日世人熟悉的「御中元」型態，實際上出自東京某家百貨公司為提升6、7月銷售淡季業績所策畫的一項特賣銷售活動。<sup>12</sup>當然，現今早已被視為日本傳統之

10 石田晴男，〈「天文日記」の音信・贈答・儀礼からみた社会秩序〉，《歴史學研究》，627号（1991年），頁1-16。櫻井英治《贈与の歴史学 儀礼と経済のあいだ》（東京：中公新書，2011年），頁90-92。

11 伊藤幹治，《贈答の日本文化》（東京：筑摩書房，2011年），頁13。

12 飯倉晴武，《日本人のしきたり》（東京：青春出版社，2003年），頁123。

一的御中元贈答，也並非單純起因於一場近代的商業活動，只不過這種新型態文化元素的導入，確實促使並改變了數百年來傳承的贈答。譬如在送禮對象、販賣模式、贈答方式、贈禮內容等方面，在各時期皆呈現不同的形式做法，過去人們到商家購買禮品後送達親友家，近年來則直接請百貨公司宅配到府。此外，禮物也從特定的應景食品朝型態多元的發展，只不過民間傳承如何變化，最根本的以物品傳達心意的送禮、贈答仍完成不變。

百貨公司的出現與御中元、御歲暮贈答於近代的展開之間，是否構成密不可分的關係？根據社會學者安達正嗣的研究，日本在中日戰爭、日俄戰爭相繼獲勝，國內經濟蓬勃發展及都會人口增加下，造就新興的綜合性商業販賣業「百貨公司」的成立。從西元1904年「株式会社三越吳服店」的設立，隔年登報發表「（三越）百貨店成立宣言」開始，帶動如白木屋、松屋、松坂屋、大丸等大型百貨業投入，在東京、大阪、京都、名古屋、札幌等都會區開設店舖。其中，在三越百貨成立當年（1905年、明治38）的《東京朝日新聞》12月12日版面上，即刊登歲暮贈答品的廣告，內容提到販售最新流行的各項商品，包含今日仍廣泛受流通使用的商品禮券（商品切手）。除此之外，在西元1908年7月4日《讀賣新聞》第4版的廣告欄（圖1），以及西元1909年7月刊行的《家庭雜誌》（第6卷第4號）上，亦可見三越百貨（三越吳服店）刊登的「中元と贈答品」、「中元の三越」大篇幅的廣告版面，並以商品禮券是最佳的贈答品為廣告焦點。<sup>13</sup>百貨公司對



圖1 1908年刊登於讀賣新聞的三越百貨贈答廣告

資料來源：《讀賣新聞》，1908年7月4日，朝刊版4。

13 安達正嗣，〈コミュニケーションとしての贈答行動-中元・歳暮を中心に〉（石川實・井上忠 司編著，〈生活文化を学ぶ 人のために〉（京都：世界思想社，1998年），頁174-175。

御中元・御歲暮贈答習俗的普及化、一般化，隨著百貨業界的發展擴張，加速了中元、歲暮贈答規模的提升。如此的銷售模式隨著百貨業的發展至今已達百年，造就出今日日本人一提到購買御中元・御歲暮，往往腦海中必浮現出百貨公司的畫面。



圖2 歲暮贈答專櫃景象。(作者攝)

現今每逢7月、12月，日本各大百貨公司、商店街、超市，無不大規模設置御中元・御歲暮贈答品專櫃（圖2）及寄送販售型錄（圖3）給顧客。在商業銷售管道多元的當代社會，日本人每逢中元、歲暮準備贈答品時，百貨公司仍具有不



圖3 歲暮贈答品訂購型錄（作者攝）

可取代的地位。根據日本朝日集團（Asahi Group Holdings）旗下的消費者生活文化研究所於2012年針對日本人購買御中元所進行的調查研究顯示，有半數以上的民眾選擇在百貨公司購買中元贈答品。其中三成七的人到百貨公司店頭購買，一成九的人透過百貨公司網站通路訂購，其次為前往超市購買有24.9%，前往專賣店購買的民眾約有22.5%，<sup>14</sup>民眾選擇到百貨公司購買理由在於高級感與信賴感。這項調查報告也針對是否準備送「御中元」、「御歲暮」進行調查，分別得到55%（2012年）與65%（2013年）<sup>15</sup>

14 這項由朝日集團消費者生活文化研究所進行的「今年御中元的意識調查」，於2012年6月13日至6月19日期間，採網路問券的模式，針對日本全國20歲以上民眾，取得2,618件有效問券（男1,331人、1,287人）。資料來源：〈今年のお中元に関する意識調査〉（2012年6月22日），「アサヒグループホールディングス」網站：[www.asahigroup-holdings.com/news/2012/0622.html](http://www.asahigroup-holdings.com/news/2012/0622.html)（2014年2月9日點閱）。

15 參照朝日集團消費者生活文化研究所於2013年11月6日至11月13日進行的「今年御歲暮的意識調查」調查成果。資料來源：〈今年のお歳暮に関する意識調査を実施〉（2013年11月18日），「アサヒグループホールディングス」網站：[www.asahigroup-holdings.com/news/2013/1118.html](http://www.asahigroup-holdings.com/news/2013/1118.html)（2014年2月9日點閱）。

的結果。此外，近年關於御歲暮贈答意願的調查，得到61.1%（2012年）、54.9%（2011年）、65%（2010年）的數據，2011年略降的數據，應與當年發生311東北大地震有關。從其餘各年的贈答比例來看，顯示有過半以上的日本人仍熱衷於中元、歲暮期間送禮贈答。調查結果也顯示，最受歡迎的贈答品依序為：啤酒、火腿香腸、甜點、海鮮類（特別是螃蟹、鮭魚）、商品禮券、咖啡茶葉、選購商品、蔬菜水果、日本酒、紅酒等物。

一方面，我們也將焦點轉換到一般家庭實際的贈答現況，透過這層面的理解，可更周延地認識現今日本社會的贈答。在山崎祐子發表的〈中元と歲暮〉<sup>16</sup>文中，提出一份以家庭為單位的贈答調查資料，以下略加引用以說明21世紀現今日本贈答民俗的傳承現況。這項個案調查對象位於神奈川縣厚木市，是由夫妻及兩位子女組成的核心家庭，夫妻2人年約40歲，丈夫任職某電機公司擔任財務部門的主管，太太為專職的家庭主婦。雖然近年日本國內多數的企業禁止公司內部間的人際贈答，不過民間贈答的行為仍廣泛存在。譬如這家庭每年慣例進行的歲時性贈答，主要集中於7月的御中元及12月的御歲暮，對象有夫妻雙方的父母、媒人、職場同仁3類。該文詳盡描述西元2001年中元、歲暮的贈答情形，並分析贈、答雙方相互饋贈的贈答品價值與屬性。就以歲暮贈答為例，贈答對象與禮品分別是：丈夫的父母（和菓子）、太太的父母（蕎麥麵條）、媒人（醃貝肉）、丈夫的上司（醃貝肉）、丈夫的屬下（和菓子）、丈夫的舊部屬 I（耶誕節料理組）、丈夫的舊部屬 II（圍巾）共7位。此外，在歲暮及中元時節，也會準備禮品贈與小孩的鋼琴及書法老師，不過這部分僅止於單純的餽贈並非相互的贈答。至於前述7位獲贈者的回禮為和菓子、柑橘、味噌、和菓子、咖啡、醃魚、咖啡、日本酒<sup>17</sup>等。

就雙方贈答品的價值而論，大致呈現兩種狀況，其一是回禮價值少於贈禮，像是丈夫的父母、媒人、丈夫的上司的回贈，此外，多數的回禮與獲

16 山崎祐子，〈中元と歲暮〉，《暮らしの中の民俗学②一年》（東京：吉川弘文館，2003年），頁177-199。

17 山崎祐子，〈中元と歲暮〉，《暮らしの中の民俗学②一年》（東京：吉川弘文館，2003年），頁180。

贈價值相近，可謂交換價值平等的送禮模式。透過此例顯示日本民間一般小康家庭的贈答現況，贈答對象主要集中人際網絡的公私兩面，也就是至親的父母及當年結婚時的媒人，另一贈答對象明顯集中於職場人際網絡。再者，贈答品除了種類上反映出送禮者的個人嗜好、品味、習慣，贈答雙方於現實社會下的人際親疏、位階等社交關係，也轉換為禮物透過定期性的贈答加以展現。這種贈答民俗實態顯示出贈答在日本社會現存的社交行為中，歲時性的中元、歲暮贈答（圖4）仍有無可取代的位置。



圖4 日本水果店陳列於店頭的御中元贈答品（作者攝）

### 參、漢人傳統社會下的贈答

#### 一、清領時期的漢人贈答習俗

漢人傳統社會傳承的贈答習俗，長久以來被民間視為節慶禮俗、人際關係重要的一環，在歲時節日、婚喪喜慶、餞別慰問及束脩繳納之際，皆可見贈答、饋贈的蹤跡。就以傳統歲時生活的贈答來說，根據散見於清領時期史料方志的描述，應以中秋、歲末期間的贈答饋贈最活絡，此外也可見部分關於中元送禮的描述。舊曆8月15的中秋，自古以來為漢人社會入秋時節最重要的節日，月餅、文旦為中秋應景食品，特別是造型近似明月的月餅，不論做為投射太陰崇拜及豐作圓滿，或是中國元末明初出現的中秋吃月餅殺韃子

之說，<sup>18</sup>各自顯示月餅對中秋節日具有的重要性。關於近代以前的漢人社會過節情形，雖然多數清廷官修的方志史料對民間風俗慣習的描述相當有限，但是對缺乏追溯依據的清領民俗文化原貌而言，這些資料仍具有一定的參考價值。中秋為漢人社會重要的節日，多數的方志史料皆可見關於中秋的描述，但是進一步提起中秋時節互贈禮品之俗的文本，多數集中於清末前後，如《澎湖廳志》（1894）以「中秋節，燕飲賞月，以月餅相遺。」文字，描述中秋在賞月之餘，也將互贈月餅。同樣的，在《淡水廳志》（1871）、《樹杞林志》（1898）、《苗栗縣志》（1894）各志書中，也收錄了「八月中秋節，則月餅相遺；各演劇以祀福神。」之說。

其中，清中葉乾隆年間由澎湖通判胡建偉編撰的《澎湖紀略》（1771），出現目前最早寫到中秋贈答的文字描述，「中秋節，燕飲賞月、以月餅相遺，亦與內地相同，無足異者」，指出中秋以月餅互贈之俗與中國原鄉一致。因此顯示中秋贈答在台的傳承至少在清中葉前後已存在，民間於中秋期間相互饋贈月餅，此說應也影響前述列舉數本清末完成的方志史料。只不過，擇中秋互贈月餅之俗，是否在清中葉已廣泛流傳於臺灣民間，這點仍需做進一步考證。因為在《鳳山縣志》（1720）與《噶瑪蘭廳志》（1852）這兩部時間正好介於《澎湖紀略》前後的志書中，雖然都提及月餅製作，同時用了比前述多本方志更多篇幅來談中秋過節，可惜文中却未見關於互贈月餅的描述。刊行於清康熙末葉《鳳山縣志》筆下的中秋，為「中秋，祭土地。鄉村里社悉演戲，為費甚奢；倣古「秋報」之義也。是夜士子會飲，製大餅，中書「元」字，用骰子擲四紅得者，取『秋闈奪元』之兆」。至於另1部咸豐年的《噶瑪蘭廳志》報導蘭陽一帶的中秋景象，寫到；「中秋製糖面為月餅，號中秋餅。居家祀神，配以香茗。街衢祭當境土地，張燈唱戲，與二月同。彼春祈而此秋報也」。在這兩則中秋過節的描述中皆未提及月餅贈答，反倒提出現今仍留傳於民間的「博狀元餅」與「秋報」祭祀的作法。

18 阮昌銳，《傳薪集》（臺北：臺灣省立博物館，1987年），頁84-85。

綜觀清領時期志書對中秋贈答的描述，就以這部成書最晚的《安平縣雜記》1書〈風俗附考〉篇，對於傳統漢人社會的中秋有最詳盡豐富的書寫。

「八月十五日，祭當土地福神。由首事鳩金備辦祭品，張燈演戲（首事俗名爐主、頭家，每逢誕日，在神前定筭。筭多者為爐主一人，次則頭家四人，以辦廟內公事，定例一年更換一班，以筭為準），與二月初二同；春祈而秋報也。是日為中秋節。親友競以月餅、時果相饋送。各家均以月餅、時果祀神及祖先。商業及富裕者，多備牲醴以祀本家福神。任傭工豪飲盡醉。是日，里塾放假，學徒仍送節敬。向夕，山橋野店，歌吹相聞。士子有聚飲賞月者、請仙乩者、作燈謎者，羅列筆墨紙硯巾扉香囊諸物以相贈。是日，各衙門放假一天，往來賀節略如元旦。（筆者加底線）」這篇對中秋過節提到的饋贈，除了多數方志中出現的月餅，時令水果以及筆墨紙硯、巾扉香囊等物，也成為中秋時節親友間相互贈答之物。顯示清領末葉流傳於民間社會的贈答，不僅於數百年間持續傳承，贈品的種類已從單純的中秋月餅擴增不同的類型。這幾項《安平縣雜記》記載下的中秋贈答特徵，顯示這時期贈答民俗與中秋節日緊密連結，可惜的是這些資料多數對互贈的對象、原因及確實的做法並無說明，造成中秋贈答是否為當時漢人社會普遍的歲時慣習實難已下定論。唯有就清領時期方志史料對中秋節日描述的篇幅中多次被描寫記載的情形，呈現「中秋贈答」在傳統漢人歲時生活具有的重要性。

另1項傳統歲時重要的贈答時機為過年前親友間的互贈，稱為「送年」。送年習俗於漢人社會傳承的情形，在方志文獻中也廣泛獲得紀錄，早在《臺灣縣志》（1720）對新年過節的描述中便出現：「除夕，備牲醴粿羞，張燈爆竹，祀先祭神，曰『辭年』。既畢，合家團飲，曰『守歲』。仍於數日前，各以儀物互相贈答，曰『送年』」。在《重修福建臺灣府志》（1740），也有「除夕前數日，親友各以儀物互相贈答，謂之送年」，如此對年末贈答的習俗說明。這些描述從清領各階段皆出現於志書的歲時篇幅，志書描述的地區分布全臺，如北部的《淡水廳志》（1894）、《樹杞林志》（1898）、《新竹縣志初稿》（1898），中南部的《彰化縣志》（1836）、

《雲林縣採訪錄》（1894）、《嘉義管內採訪冊》（1898）等。確實清領時期志書編撰間，多有相互傳抄徵引的情形，不過相信也部分反映此俗在當時的通俗性。這些志書對年末送年的描述差異不大，基本上僅指出送年舉行於農曆12月24日或25日送神習俗到除夕期間，饋贈的對象為親友，不過對贈答的賀禮內容與實際做法，多數的志書皆未有說明。只有在這部清領日治之交採集編寫，正式於明治31年（1898）刊行的《嘉義管內採訪冊》，約略提到送年的贈答行為：「十二月二十四日，送神。家備牲醴祀神，燒金紙，另以一張印輿馬在紙上，曰「雲馬」。同金紙燒化。家家各掃淨屋宇塵埃，謂歲將更新也。親朋戚友，備甜粿、紅柑、雞鴨等物相贈。農家以土產之物相饋。俗曰『送年』（筆者加底線）」。親友間以甜粿、紅柑、雞鴨這些民間過年應景食品為禮，農家則準備土產品相贈的做法，顯示清領年末的贈答物多半來自各家庭自製之物，像今日多採購買的贈答品仍不多見。

## 二、日治時期的漢人贈答習俗

傳承於傳統漢人社會的中秋、年末贈答饋贈，再進入到日治之後，是否有甚麼樣的變化，《臺灣慣習記事》第2卷第10號〈臺灣中秋之月〉1文，可能是日治時期最早關於漢人贈答的文獻。該文指出「臺俗稱八月十五為『中秋節』，此日家家戶戶互贈月餅，故名『中秋餅』」，<sup>19</sup>顯示中秋過節的月餅互贈應為當時社會普遍之俗。究竟日治期間漢人社會贈答習俗的發展如何，在中央研究院民族所藏《臺灣風習一斑》（明治43，1910年）<sup>20</sup>這份匯集87篇日治初期就讀臺灣總督府國語學校公學師範部學生所寫關於臺灣習俗的課堂作業中，正好有部分篇幅以當時漢人贈答為題，成為今日理解日治初期贈答習俗重要的一手民俗資料。<sup>21</sup>在這份當時就讀臺灣總督府國語學校公

19 ばいいん，〈台湾に於ける中秋の月〉，《台湾慣習記事》，第2卷第10号（1902年），頁832。

20 本文引自臺灣總督府國語學校公學師範部學生撰寫民俗報導彙編《臺灣風習一斑（手稿）》，這份資料目前典藏於中央研究院民族所圖書館，因全書僅收納個別學生的書寫手稿，並未正式編輯及編碼，因此為求精簡，以下篇幅若同樣引自這份文獻的地方，將不再一一加註說明出處。

21 祖連輝，〈簡介民族所所藏《臺灣風習一斑》並試述日治初期臺灣人贈送禮品和金錢接受的習慣〉，《民族所研究資料彙編》，第2期（1990年）。

學師範部臺籍學生所寫的修身課作業裡，忠實記錄下1910年前後臺灣人對贈答行為的理解及做法。對於贈答的概念，出現「送人禮物叫『贈』，回送別人禮物叫『答』」<sup>22</sup>如此簡明的敘說。至於贈答對象的界定，可見：「送禮對象是自己的恩人、親戚、朋友」、「平時親戚好友之間為了增進交情，也會互相贈送禮物」之說，與清領時期志書的描述極為相近。

再者就贈答的時機，出現「一年四季之中都有送禮的日子」及「七月和十二月最盛」的說法，前者提到的歲時性贈答，在這份資料中即出現：「春天是一、二、三月，送大燭、水仙花、桔子，答謝用魚子、麵線。夏天是四、五、六月。送糖、瓜類。答謝用扇子、糖果、麵線。秋天是七、八、九月，送龍眼干、酒、中秋餅，答謝用麵線、糖果。冬天是十、十一、十二月，送桔子、雞、鴨，答謝用桔子、麵線、酒」詳細對各月份饋贈物品的描述。至於7月與12月之說，7月指得是中元普度，12月為清志書紀錄的年末送年。此說與清志書中廣泛被記錄的中秋、年末兩節日有落差，增加了7月贈答的行事。關於7月贈答的部分，有「七月十五、十八、二十，或二十九日，互贈祭品（節日不定，所以送禮日期也不定）」，以及「慶讚中元，送豬肉、粽、糕餅、龍眼、鳳梨」、「大家送的禮物都一樣，即是當天在神前供奉的東西」、「中元時送守喪之家粽子，其她家庭互贈禮物」等對於賀禮的描述。反倒是關於中秋的贈答，只見「八月十五日送中秋餅」與「八月十五送糖果」兩則簡短的文字描述，這與清志書中多次出現中秋贈答，卻未見中元贈答的情形有出入。當然，光仰賴清志書的片段資料及這份由師範學生寫下的課堂作業，欲全面掌握臺灣漢人社會歲時性贈答的傳承樣貌相當困難，唯有藉由個別歲時贈答的內涵，檢視這些民俗文化發展的過程。

至於年末的送年，可見「十二月下旬送正月時必須的東西」、「二十五日至三十日為年末，正月必須的東西在這期間互贈」、「年末時送長輩或親密的朋友雞、鴨、鱧魚、鰻魚、草魚、桔子」的描述。贈答時間與清方志

---

22 臺灣總督府國語學校公學師範部學生，《臺灣風習一班（手稿）》。

的描述一致，可說是年節準備的一環，送禮的內容多以年節應景的肉類、水果類食物居多。在下面這則報告中，有更清晰的描寫：「正月時也有贈送禮物，但是較少。多數在年末贈送，禮品大致上是雞、鴨、粿、桔子、罐頭、糖、餅、魚、臘腸、臘肝、酒和火腿等。回贈的東西也差不多。也有人不回贈，但他們至少也回送一些檳榔。禮物的準備非常簡單，只要將闊半寸，長一寸左右的紅紙貼在禮品上即可」。該報導詳盡的列舉出年末送禮的內容，包含各式在今日年節中仍可見的魚肉等食品及酒類，同時也提到了回贈的作法及禮物的包裝形式，藉此可確認的是送回禮的贈答確實於百年前的臺灣已是歲時饋贈的主要作法。以上接連引用這份出自日治臺籍師範生的田野資料，確實因書寫者並非民俗研究、人類學研究專業，而無法完整系統的歸納當時的贈答現象，不過也因這些學生非專業研究背景，僅將所見所聞寫下，讓這份出自書寫者本身的觀察或從其家人取得的資訊更顯珍貴。

相較之下，在日治時期多數的民俗研究專書刊物中，針對漢人社會甚至日本人贈答的紀錄卻顯得貧乏，鈴木清一郎《台湾旧慣冠婚葬祭と年中行事》在說明歲時節日篇幅時，提到臺灣的中秋節於親友間有贈答的慣例，<sup>23</sup>而西岡英夫《台湾の風俗》僅提到過年時各家有相互贈答的習慣。<sup>24</sup>這樣的情形同樣也反映於當時報章媒體對漢人社會贈答習俗的關注，就以日治臺灣第一大報的《臺灣日日新報》為例，檢視歷年各項對歲時贈答可能的報導，僅見部分與中秋贈答相關的描述，未見對送年的說明。臺灣民間逢中秋親友互贈月餅之俗至少在清領時期已存在，根據報紙的描述，當中秋節即將到來之際，新竹、臺北、豐原、彰化、嘉義等地的餅店便晝夜不休地趕製月餅，像在豐原街上就有十多家餅店，購買者還有從彰化遠道而來者。<sup>25</sup>北臺灣過去以前淡水廳所在地新竹的製餅最具名氣，不過日治中期隨著臺北地區餅店技術的改良，逐步有凌駕於新竹的趨勢，但仍有不少臺北人專程到新竹訂購

23 鈴木清一郎，《台湾旧慣冠婚葬祭と年中行事》（臺北：臺灣日日新報，1934年），頁467。

24 西岡英夫，《台湾の風俗》（臺北：雄山閣版，1942年），頁26。

25 《漢文臺灣日日新報》，1930年10月7日，版4。

月餅。<sup>26</sup>當時臺北地區以坐落於大稻埕的「寶香齋」最富盛名，店主余傳臚自清領晚期以來經營餅店，1920年9月的《臺灣日日新報》，即以〈寶香齋與中秋〉為題，描述該店生產的中秋贈答月餅銷路極佳，<sup>27</sup>日後報紙每隔幾年持續報導該店的中秋販賣。1928年寶香齋製作多款月餅並策畫購物抽獎活動，特獎為1只金手表，<sup>28</sup>到了1935年，寶香齋還專程從中國聘請優秀的製餅師傅來製作中秋月餅<sup>29</sup>

（圖5），顯示將月餅作為中秋贈答的盛行。

成書於終戰前夕的池田敏雄《台灣の家庭生活》，可說是日治時期最詳盡紀錄臺灣漢人傳統社會下贈答習俗之作，該書於「家庭生活」章節下，有系統地整理傳承於臺灣社會各種贈答作法，當中首先就以「中元與歲暮」為題來說明歲時性的贈答。池田敏雄以艋舺地區的贈答為例，指出每逢7月某日舉行普度時，會將自家祭拜好兄弟供品的一部分送給外地親友，饋贈包含雞鴨、豬肉、龍眼、芋粿曲、甜粿龜、甜粿、甜粽等又名「口份」的禮品。池田敏雄同時更進一步指出，由於普度祭拜的供品往往超過一般家庭可消費的份量，因此，把自己一半供品分贈他者，收禮者也需準備相近的禮品在自家普度時回贈。<sup>30</sup>這種民間對物資均衡的調配機制，加上互贈構成的人際關係網絡，造就出中元普度型態的贈答。

至於《台灣の家庭生活》「中元與歲暮」另一項的主題歲暮，指的是前篇介紹的「送年」，也就是年末期間的贈答，將雞、魚肉、罐頭、酒等食品以紅紙包裹後分送親友，這是池田筆下艋舺地區的送年習俗。此外，也提

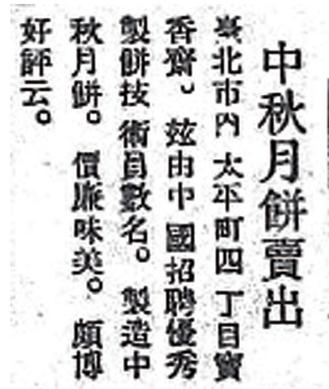


圖5 《臺灣日日新報》刊登寶香齋熱銷中秋月餅的報導

資料來源：《漢文臺灣日日新報》，1935年9月4日，版4。

26 《漢文臺灣日日新報》，1918年9月6日，版6。

27 《漢文臺灣日日新報》，1920年9月22日，版4。

28 《漢文臺灣日日新報》，1928年9月25日，版8。

29 《漢文臺灣日日新報》，1935年9月4日，版4。

30 池田敏雄，《台灣の家庭生活》（臺北：東都書籍，1944年），頁93-94。

到一些不同形式的送年，譬如：受雇員工也會送給老闆食品表達感謝，雜貨店分贈顧客紅蠟燭為賀禮，農民則選在年末贈送地主雞、鴨、鱧魚，地主則以麵線或醃魚作為回禮等，<sup>31</sup>隨著不同業種、身份的贈答習俗。其他還列舉出婚喪喜慶等其他的贈答作法，這部分並非本文探討的主要議題，故在此省略。這本日治晚期出版的民俗著作對臺灣漢人社會贈答的描寫，對照《臺灣慣習記事》及《臺灣風習一斑》這份一手民俗資料，顯示贈答的形式作法並無太顯著的變化。不過在此需提及的是，池田敏雄民俗採集地的艋舺地區位處當時最繁華的島都臺北，可說是當時接受外來文化最先鋒之地。池田書中描述的贈答情形是否為當時實際狀況，或是有意忽略新興文化帶來的變化而僅側重傳統習俗的紀錄，這點將留在下一章節來討論。包含日本贈答文化伴隨強勢文化移入，市場經濟展開及新舊曆轉換等因素對臺灣本地贈答傳承產生的影響。

#### 肆、日本贈答在臺的傳承軌跡

##### 一、在臺日本人的贈答

習俗慣習為人類為順應生活環境所創造的民俗文化，作為傳統社會人際關係聯繫重要的贈答，理所當然隨著人的需求而存在。在日本統治臺灣第3個年頭的《臺灣新報》第2版上，首度出現關於贈答的報導。在這則由臺北縣廳調查的「歲暮贈答用物品」報告中，列出「柴魚片（1斤55錢）、茶（1斤2圓至2圓50錢）、日本卷菸草（50支10圓）、葉卷菸草（50本1圓至1圓50錢）」<sup>32</sup>等贈答種類及價格。西元1897年居住於北臺灣的日本人有5,554名，

31 池田敏雄，《台灣の家庭生活》（臺北：東都書籍，1944年），頁94-95。

32 《臺灣新報》，1897年1月10日，版2。

臺灣人則有517,459名，<sup>33</sup>在日本人移居臺灣人數還不多的19世紀末葉，確實對日式贈答品的需求仍不大。不過藉此報導可知，贈答習俗在日本人來臺的初期，已經隨著人的移動開始移植入臺。4年之後，《臺灣日日新報》1901年12月19日第2版，刊登「歲暮年首的贈答品（附市況一般）」的報導，篇幅中羅列了酒類、水果、砂糖、鞋帽、女性飾品、化妝品、香水、手帕、乾貨、洋菓子、柴魚片、鮭魚等種類眾多的贈答商品，多數是來自日本本地的進口貨。<sup>34</sup>雖然報導並無提到當時民眾間的贈答作法，但是就從如此豐富多元的贈答品來看，顯示傳承於日本民間的贈答，因已完整隨著日本人的腳步落腳於臺。

但是到了1904年年底，報紙卻刊登1篇廢止歲暮贈答的相關報導，指出這種流傳於親友人際間的贈答文化，習俗發展已過度形式化並失去原意。所以近年以來，臺灣總督府內的官員們相互約束停止贈答，海軍幕僚也同樣廢除贈答等交際活動，並將這筆開銷捐出支持國家。這樣的報導<sup>35</sup>在同年底<sup>36</sup>與1905年<sup>37</sup>再度出現類似的報導，說明總督府秘書室擬訂內規來約束職員的贈答往來，同時呼籲廢除虛禮的必要性。非常弔詭的是，就在這一則廢除贈答虛禮的報導版面下方廣告欄處，出現商家刊登的歲暮商品特賣會廣告，顯示縱使政府當局政令般的宣傳贈答的非必要性，仍難以影響在臺日本人每逢年暮時節的贈答。在1907年12月份的報紙篇幅中出現相當有趣的現象，首先從12月11日至18日間，一連刊載大量關於歲暮贈答品的報導。接著連續幾天<sup>38</sup>分別刊登如：宮尾舜治、鹿子木小五郎、高木友枝、新元鹿之助等總督府官員對歲暮贈答利弊的評論文章，試圖透過媒體傳達政府簡化並廢除過度贈答的政策。只不過當局這樣的努力，顯然無法澆熄社會大眾對贈答的熱

33 臺灣總督府民政部文書課，《台灣總督府統計書第一号（明治30年）》（臺北：臺灣總督府民政部，1899年），頁19。

34 《臺灣日日新報》，1901年12月19日，版2。

35 《臺灣日日新報》，1904年12月2日，版2。

36 《臺灣日日新報》，1904年12月22日，版2。

37 《臺灣日日新報》，1905年12月27日，版5。

38 《臺灣日日新報》，1907年12月19日，版2；《臺灣日日新報》，1907年12月20日，版2；《臺灣日日新報》，1907年12月21日，版2；《臺灣日日新報》，1907年12月22日，版2。

衷。

西元1909年12月，<sup>39</sup>日本著名百貨業者松屋百貨店的前身東京松屋吳服店來臺試賣「福袋」，在《臺灣日日新報》刊登「深具雅趣的歲末贈答品」廣告詞來行銷福袋，同時在廣告中還特別強調該公司具信用且福袋可帶給人驚喜。如此由百貨公司推進的歲暮贈答品銷售模式，與日本國內都會區的東京、大阪、京都等地幾乎同步，這種現代商業機制造就的豐富商品景象，同樣也反映於該刊對贈答品的介紹。隔年，《臺灣日日新報》持續透過連載刊載各式歲暮贈答品的介紹，<sup>40</sup>種類有：和洋雜貨、襪子、皮夾、衣物、清酒、啤酒、葡萄酒、柴魚片、菸草、茶葉、玩具、砂糖、洋菓子、醃鮭魚、金飾、漬物、京都的陶瓷、竹製品、木屐、水果等類項。報導對各商品的價格、產地都有清楚的描述。舉例來說，像是臺灣產的烏龍茶、京都宇治的綠茶、北海道產的鮭魚、外國產的葡萄酒及菸草等，各種來自國內外的物產商品，在日治初期成為社會民眾饋贈親友的歲末贈答物。雖然上述這些報導中未明確指出這些贈答品購買對象是在臺日本人或臺灣人，但是從贈答種類與銷售時間，顯然提供的是在臺日本人歲暮的贈答。當然，由於職場及各人際往來所需，日治初期也有臺灣人於新曆年末進行歲暮贈答。

依然固守陰曆之本島人，于陽曆之歲暮，似無甚關係者，然與官衙關係之街庄長役場，因徵稅期限已至，備極忙碌，且本島習慣，凡填地買賣，皆于中秋前豫約。冬至乃實行其事，則其爭為登記也。亦自然紛至而沓來。他如奉職于官衙之本島人，接以新年應為祝賀，甚覺留意。而與內地人有交際之事者，于歲暮亦各紛紛遺贈其禮物，乍見之下，殆全化為日本風者也。（筆者加底線）

39 《臺灣日日新報》，1909年12月11日，版5。

40 《臺灣日日新報》，1910年12月18日，版7；《臺灣日日新報》，1910年12月19日，版3；《臺灣日日新報》，1910年12月20日，版7；《臺灣日日新報》，1910年12月12日，版7；《臺灣日日新報》，1910年12月23日，版7；《臺灣日日新報》，1910年12月25日，版3；《臺灣日日新報》，1910年12月28日，版5。

前揭這篇名為〈本島人之于歲暮〉<sup>41</sup>的新聞報導刊載在1907年的《漢文臺灣日日新報》，說明當時臺灣人仍維持過農曆的歲時生活，同樣的情形也呈現於當時學校行事碰上舊曆新年即自動停課的作法。縱使在1909年舊曆併記廢止之下，<sup>42</sup>臺灣漢人社會仍維持過舊曆新年、中秋、中元的歲時節奏。舉例來說，1911年新聞報導描述大稻埕居民過舊曆的新年景象，即充滿了傳統漢人社會的歲時景象，<sup>43</sup>如此的傳統歲時生活至少維持到1937年前後。當時同一時空下的歲時感正如前引文所示，當在臺日本人逢歲暮進行贈答，除了部分任職政府機關，或與日本人有往來的者，將遵循著政府推行的新曆時間之外，過著舊曆生活的臺灣人與在臺日本人的節日經驗並無太多的交集。參照《臺灣日日新報》描述下的日治初期歲暮贈答景象，顯示日本的贈答習俗隨著日本人的移住，完整移植到臺灣各地，成為在臺日本人年末時節最重要的社交活動，此外在新曆7月也有「御中元」的贈答（圖6）。如此長久以來約定成俗傳承於日本社會的傳統習俗，在近代社會的發展下，也出現不同的聲音。其中，最多是對於這種逐漸形式化的習俗產生質疑，指出贈答要完全廢止相當困難，因此如何避免造成贈·答雙方困擾，同時仍能透過1年1次或兩次的物質交換來維繫提升友誼相當重要。所以，要送得以意義，避免重複轉送，同時在送禮內容也需改良提升創意，<sup>44</sup>這是當時人們對中元歲暮贈答的期待。這樣的發聲很快地在隔年1則贈答報導中獲得回應，<sup>45</sup>市面上開始發售名為「吳服切手」或稱



圖6 御中元贈答的廣告畫面

資料來源：《臺灣日日新報》，1917年7月13日，版4。

41 《漢文臺灣日日新報》，1907年12月26日，版5。

42 關於日治時期新舊曆併行於臺灣民間所呈現的兩個新年的過節情形，可參照顏杏如1文，有相當深入的討論：顏杏如，〈二つの正月——殖民地台湾における時間の重層と交錯（1895-1930）〉，《日本台湾学会報》，第9号（2007年），頁1-21。

43 《臺灣日日新報》，1911年1月21日，版7。

44 《臺灣日日新報》，1914年7月14日，版4。

45 《臺灣日日新報》，1914年12月9日，版3。

「禮品切手」<sup>46</sup>的百貨禮券，這種由吳服店、商店發行的現金等質票券，提供收禮者直接換取自己需要的贈答品，避免收到不合適的禮物。

贈答型態的一些新變革，相信在當時也有助於提升贈答品的銷售，《臺灣日日新報》同時也如以往，連日刊載各種贈答品明細，如日本各大廠牌的清酒、<sup>47</sup>觀賞用的盆栽、<sup>48</sup>當季流行的西裝背心、最新保溫技術的魔法瓶、<sup>49</sup>化妝品組合及進口香水、<sup>50</sup>鐘錶（圖7）、花道茶道器具<sup>51</sup>等，推陳出新的商品逐年增加。當中也出現臺灣生產的蜜餞，報導指出這是饋贈日本親友最受歡迎的贈答品，<sup>52</sup>又如新竹出產的椪柑，也透過雜誌《臺灣婦人界》刊登廣告（圖8）。<sup>53</sup>贈答種類因應民眾所需，像是前述「吳服切手」這種有價票券的出現，提供贈答前所未有的便利性。而過去未曾被視為贈答品的「書籍」，也成為歲暮贈答的新選項，<sup>54</sup>到了1930年代，還出現以「公車回數卷」作為贈答的例子。在臺灣自動車界社發行的《臺灣自動車界》刊物中，即以「高速時代的贈答品 臺北市公車回數卷」為題，說明這項由臺北市公車課發行的公車回數票卷是最適合高速時代的贈答品，車票的實用性將可滿足收禮者的期



圖7 歲暮贈答用鐘錶的商品廣告

資料來源：《糖業》，第2年  
第12號（1915年12月15日）。

46 《臺灣日日新報》，1921年1月31日，版5。

47 《臺灣日日新報》，1914年12月14日，版5。

48 《臺灣日日新報》，1914年12月17日，版3。

49 《臺灣日日新報》，1916年11月30日，版7。

50 《臺灣日日新報》，1916年12月2日，版7。

51 《臺灣日日新報》，1916年12月12日，版7。

52 《臺灣日日新報》，1916年12月12日，版7。

53 臺灣婦人會，〈年末の御贈答品には是非 新竹のボンカンを〉，《臺灣婦人界》，第1卷第7期（1934年）頁112。

54 《臺灣日日新報》，1921年12月8日，版4。

待。<sup>55</sup>

在贈答習俗發展過程中，反對阻饒的力量也時而可見。像是1915年臺北土木建築業組合在當局的飭令下，廢止當年對政府機構的歲暮贈答。<sup>56</sup>這種當局以節約為大義的施政方針，透過各形式對民間逢中元、歲暮等贈答的抑制，影響層面除了在臺日本人為主的贈答活動，對傳統漢人社會的贈答習俗也出現部分的限制。例如1917年出現因擔心贈答形成賄絡或收賄之嫌，進而停止歲末贈答，<sup>57</sup>隔年在竹北地區，也出現地方保正藉由衛生、經濟等因素，提議從該年起禁止中元祭典期間的供品贈答之俗。<sup>58</sup>只不過當局基為減少民間浪費推動的廢止贈答措施，可能部分達到抑制奢侈的節約風氣，不過也連帶造成社會不景氣，生意蕭條的情形在該年至少造成七十餘家公司相繼被整併或解散的苦境。<sup>59</sup>可議的是，在社會景氣陷入低迷的時空下，當局倡導廢止贈答的動作仍持續進行，譬如在1923年6月，《臺灣日日新報》刊登〈生活改善與中元贈答〉<sup>60</sup>這則報導，說明簡約生活的必要性，提倡革新中元贈答過於形式鋪張的一面。西元1935年，基隆同風會於基隆中元普度上宣傳陋習改良，提出「改孤飯、廢金紙、廢贈答」三大訴求。該會宣稱歷年於中元普度上宣傳廢止民眾將豬羊及水果等普度供品相互贈答的習俗，已獲得

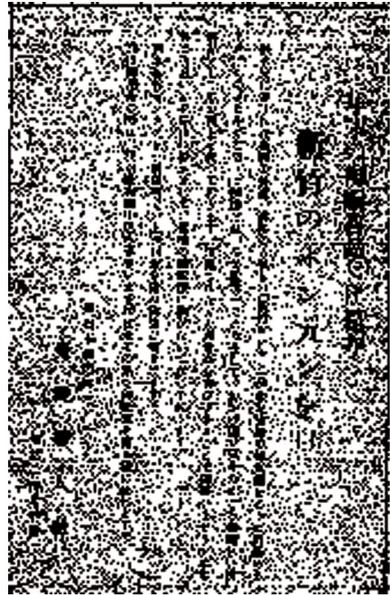


圖8 作為年末贈答品的新竹槿柑銷售廣告

資料來源：《臺灣婦人界》，第1卷第7期，1934年，頁112。

55 臺灣自動車界社編輯部，〈スピード時代の贈答品 臺北市バス回数券の利用〉《臺灣自動車界》，第2卷第1期（1933年）頁61。

56 《臺灣日日新報》，1915年12月10日，版7。

57 《臺灣日日新報》，1917年12月19日，版6。

58 《臺灣日日新報》，1918年8月31日，版5。

59 《臺灣日日新報》，1921年6月30日，版7。

60 《臺灣日日新報》，1923年6月28日，版3。

部分的成效，因此為提倡節約、衛生，將更徹底執行廢止贈答的工作。<sup>61</sup>

郵政為近代興起的一項重要的物資傳遞產業，當這種連結物質交換、分配的流通管道再與維繫人際關係的贈答結合下，對贈答習俗的發展有加乘的作用。郵局在1918年推出同郵寄區小包均一價格的方案，成為贈答送禮重要的流通手段，特別是郵局除了強調寄送遠比過去親送人力符合經濟效益之外，簡便並符合贈答傳統的包裝及可放置名片等設計，<sup>62</sup>成為民間贈送仰賴的新興傳遞手段。在郵局推出贈答品寄送方案的10年後，報紙上刊登了「郵便局贈答品堆積如山」的標題，指出「郵便局，際此歲暮忙碌，去17日，贈答用小包激增，12月1日，至16日辦理數，年賀郵便預數前年6,769。小包郵便物引受數（臺北市內全部）前年15,532，本年15,819（287箇增）同到著數，前年144,419（55箇增），又17日。小包引受狀況，平常1箇窗口增加3箇，全部772箇。最多為贈答用柑桔類。而商品小包，則較前年減少幾分，又贈答用小包，若於19，21日2出帆便發出，則於年內可抵內地云」。<sup>63</sup>根據這則報導顯示將贈答品交寄的作法，至少在日治中期已廣泛被一般民眾所利用，郵寄提供無法親自分送贈答品的人便利且經濟的選擇，特別是從臺灣寄達日本僅需10天的便捷性，相信將牽動當時社會的贈答發展及相關的商業銷售情形。

郵寄成為了當時在臺日本人互贈「御中元」、「御歲暮」仰賴的管道，得以縮短人際交流的時間及空間距離，同年，專賣局也看好贈答市場，開始試賣贈答用的雪茄、菸草，這還包含臺灣生產及進口的舶來品。<sup>64</sup>另一方面，專賣局也製造販賣贈答用的酒類，在進入12月贈答時節之前，先透過報紙宣傳將舉行年終贈答用菸酒特賣會的訊息，銷售的手法除了搭配贈品，同時還辦理試飲會來促銷。像是1938年12月，臺北專賣支局便在臺北公會堂舉行試飲會，即吸引三百多人的參與。會中準備了瑞光、白鶴、白鹿、忠勇、

61 《臺灣日日新報》，1935年8月24日，版8。

62 《臺灣日日新報》，1918年12月13日，版7；《臺灣日日新報》，1918年12月14日，版6

63 《漢文臺灣日日新報》，1929年12月19日，版4。

64 《臺灣日日新報》，1918年12月15日，版7；《臺灣日日新報》，1918年12月24日，版7。

若翠、泉正宗、月桂冠、富久娘、菊正宗、白雪、賀茂鶴等多數的清酒供人試飲。<sup>65</sup>根據當年的報導顯示，臺北專賣支局發售的贈答用菸酒的營業額居全臺之冠（圖9），這年銷售也比前一年成長。<sup>66</sup>贈答習俗從在臺日本人仍稀少的日治初期起，歷經數十年的發展下，不論在贈答品種類、贈答形式上都有顯著的改變。其中最令人感到好奇的是，政府當局三番兩次不間斷地透過各種形式，希望抑制在臺日本人逢中元、年末的贈答，透過當時的新聞報導內容，看到的是贈答活動日趨蓬勃的景象。吊詭的是在日後，政府當局所屬的郵局、專賣局也紛紛投入贈答品銷售的環節，如此錯綜複雜的贈答發展衍生的問題，以及與漢人社會傳承的另一種贈答間產生的關係，將於下一章節持續進行梳理及探究。

---

65 酒顛童子，〈臺北專賣支局の試飲會〉，《臺灣藝術新報》，第5卷第1期（1939年），頁23。

66 《臺灣農林新聞》，第35號（1938年12月10日），版2。



圖9 臺北市酒飯店頭展示懸掛有「御贈答はお酒」的廣告標語)

資料來源：臺灣總督府專賣局，《臺灣酒專賣史下卷》。（臺北：臺灣總督府專賣局，1941年），頁322夾頁。

## 二、中元歲暮與中秋年節：臺日饋贈民俗的交融

傳承於漢人社會的贈答從19世紀末葉起，與另一股從日本本土移植而來的日本贈答文化，相互產生交匯、並行、受容及共融，造就出今日臺灣民間的贈答，如此的發展軌跡確實散見於以上對臺日贈答歷史傳承的考察。然而，這兩道民俗文化如何相互影響、受容，再者，臺灣漢人送禮贈答在日治時期加速的都市化、產業化、商品化等現代趨勢的變革下，這項社交屬性的民俗文化產生了甚麼變化。在西元1934年創刊這部日治臺灣最具代表性的女性雜誌《臺灣婦人界》中，收錄了1篇名為〈贈答品には何を選びませう？〉<sup>67</sup>的報導。這篇由記者對當年臺北市內歲暮贈答品販賣的描寫，還加了「贈物にはお金より先づ頭を使ふ様に」為副標，也就是對贈答應該重心意而非金額這樣的價值觀，反映出當時社會理想的贈答實態。報導指出，每逢年尾最苦惱的莫過於是該購買什麼贈答品的主婦們，因此，這本女性雜誌

67 本誌記者〈贈答品には何を選びませう？贈物にはお金より先づ頭を使ふ様に〉，《臺灣婦人界》，第1卷第7期（1934年），頁149-153。

的記者實際採訪臺北市內販售贈答品的商店（圖10），作為讀者選購贈答品的參考依據。報導文共收錄了9家商店，有臺灣第1家百貨公司的菊元百貨店、臺北中秋月餅名店的寶香齋商行，以及近藤商會、藤井吳服店、小島屋洋品店、秋本布團店、高源發吳服店、藤田商店、清鮮米雜貨店等。這些商家多數坐落於城內繁華的榮町及京町，也有數家位於太平町、永樂町等臺灣人為主的居住區，商家販賣的贈答品類型多以業種屬性為主，少有專對贈答另關的販賣品項。

其中，身為百貨業龍頭的菊元百貨開設的贈答販賣規模最大，從食品類的和菓子、巧克力、嗜好品的各式菸酒、女性用的香水、化妝品、衣物，以至年輕人喜愛的法國娃娃、文具及男性的西裝組合等，提供多元豐富的贈答品，報導指出當時最受歡迎的歲暮贈答為巧克力。其他像是藤井吳服店仍賣的是和服，秋本布團店販售日式棉被（布團）及床具毛毯，藤田商店則陳列了各式的蜜餞、水果、罐頭、醬油、洋酒等商品。另一方面，高源發吳服店為臺灣人實業家高樹發經營的漢服店，歲暮販賣的贈答品為訂做的服飾，而同是臺灣人經營，坐落於大稻埕南街家傳3代的糕餅店寶香齋，推出的贈答品有雞卵卷、五仁餅、豬肉乾、肉脯、蜜餞等食品糕點，有別於該店名氣最響亮的中秋月餅，販售種類至今仍為民間常見的年節禮品。這段日治中期臺北市內的歲末贈答品販售情形，可見各具日本與臺灣色彩的商品類型，分別代表著在臺日本人及漢人慣用的贈答選擇。特別是在這個時期，相較於過去多半由自家準備的家禽、農產品，漢人社會中的贈答品也出現了衣物。<sup>68</sup>報導中提



圖10 日治時期臺北市內商家販售年末贈答品情形

資料來源：《臺灣日日新報》，1931年12月8日，版6。

68 本誌記者，〈贈答品には何を選びませう？贈物にはお金より先づ頭を使ふ様に〉，《臺灣婦人界》，第1卷第7期（1934年），頁149-153。

道：「談起年末的贈答品，本島家庭大致以酒、柑橘、雞、罐頭為主，伴隨著時代的改變，目前以服飾為答贈品的情形增加許多」，<sup>69</sup>這段出自記者的觀察，反映出漢人社會贈答的傳統產生的變化，這還不包括前述列舉的菊元百貨店、藤田商店所販售的贈答品，相信也有部分的顧客為臺灣人。此外，透過報導內容還反映出臺灣人的贈答品購買的時間，也在傳統農曆的歲時之外，開始出現以新曆為基準的情況。如何明確地說明這樣的變化，相信畫家郭雪湖著名的《南街殷賑》畫作（圖11），可作為現今理解1930年代贈答習俗流傳於臺灣社會最好的一份資料。

《南街殷賑》為1930年郭雪湖參展第4屆臺展，並榮獲「臺展獎」的膠彩畫作，這幅以臺北市大稻埕南街商賈雲集構成的民間生活樣貌為題，被稱為最能表現臺灣特色的風俗繪畫。畫作描繪大稻埕信仰中心霞海城隍廟及周邊繁華的商業買賣，商家樓房懸掛了五顏六色的招牌及旗幟，在街道上可見擁擠的購物人群，過去對這幅畫作的說明，多半會指向畫家描繪的是中元普度的景象。此說源自畫中右側出現的「慶讚中元」三角旗，事實上，造就出繁華商業畫面更重要的歲時習俗為「御中元」贈答。這點可透過描繪的商家店頭懸掛著數面臨時性的「中元大賣出シ」、「中元贈答品」等日式直立旗幟，顯示這時期大稻埕商家正忙於中元贈答的熱賣。也因日本御中元的贈答期間除了關東與東北地區之外，多數地區從新曆7月15至8月中旬內皆可進行贈答，因而



圖11 郭雪湖《南街殷賑》描繪下的中元贈答景象

資料來源：郭雪湖，「南街殷賑」，絹·膠彩 134×195公分，1930年，臺北市立美術館藏。

69 本誌記者，〈贈答品には何を選びませう？贈物にはお金より先づ頭を使ふ様に〉，《臺灣婦人 界》，第1卷第7期（1934年），頁152。

造就出《南街殷賑》同時並列了漢人的中元普度與在臺日本人的御中元贈答兩種景象。當然，本文在「漢人傳統社會下的贈答」篇章中，根據民俗資料指出過去漢人社會也曾存在中元贈答的傳統，但是這項贈答品實為普度祭拜後的供品，而非特地至商家購買中元贈答之物。因此，《南街殷賑》出現的「中元大賣出シ」，也就是中元大特賣與「中元贈答品」的旗幟，顯示描繪的南街商家景象屬於日本贈答的「御中元」。不過話說回來，若南街熱鬧的特賣交易僅屬日本人的中元贈答，理當出現於畫作中的人物皆穿著和服，但《南街殷賑》描繪的那些正在挑選商品，或正走向沿路店家的人們多數穿漢服，似乎說明日治中期前後已有不少臺灣人也過著日本形式的中元贈答。而前述販售贈答品雞卵卷、五仁餅、豬肉乾的「寶香齋」招牌，也被郭雪湖寫實地畫入《南街殷賑》畫作中的構圖，位置就在右半邊明顯可見的「乾元元丹本舖」招牌的下方處。

當然，僅仰賴一幅畫作來反映日治時期贈答習俗於臺日間的交融並不夠周延，但是從《南街殷賑》可延伸另一個議題，就是都市化、產業化及商品化這3則發展趨勢對贈答產生的影響。清領時期漢人社會中的贈答主要集中於中秋的月餅及歲末的送年兩部分，相對之下，關於中元普度供品贈答的相關文獻罕見，藉此推測這時期歲時贈答為中秋與歲末。如此的傳統在進入日治時期之後，隨著社會環境及經濟條件普遍提升下，中元普度祭拜後的供品贈答廣為民間流傳。一方面，中秋以月餅為贈答品及歲末送年節用品的送禮贈答，延續清領時期以來的傳統持續於漢人社會中發展。同時間，伴隨日本人而來得日本贈答文化移植入臺，御中元與御歲暮的贈答於在臺日本人的社會中，承襲江戶時期發展成熟的贈答作法，與臺灣人各自保有互贈物資維繫人際的文化。但是漢人傳統的贈答與日本人的贈答分別在臺灣這塊土地的傳承過程中，順應社會環境及生活型態等變化，在贈答本質的維繫下產生不少形式上的改變。譬如都市化造就出人口集中的情形，讓贈答者從過去的親友，開始擴大人際範圍造就新的贈答對象。第2點的產業化，明顯出現於贈答品類型的變化，過去傳統社會的贈答多以自家栽種飼養或製作的水果、牲

畜、糕點等物為禮，當產業化的腳步走向贈答，各種贈答相關的商業連結接連出現，其中透過報章傳媒來介紹贈答品，還有百貨公司的出現對贈答的發展影響深遠。臺灣從日本本地松屋百貨店的出張販賣、三越百貨店的郵購販賣（圖12），接著臺北的吳服店、商店也陸續發行贈答商品券，甚至後來連官方旗下的郵局、專賣局都投入贈答產業。這股發展相信不僅對在臺日本人的贈答，對於臺灣人當時進行的贈答，甚至也影響眾多臺灣人接受這套現代的贈答作法。

再者，商品化的腳步也伴隨著日治時期於產業發展、經濟基礎強化下，深刻影響贈答習俗的內涵，這些變化主要藉由在臺日本人傳承的贈答，影響流傳於漢人社會的傳統贈答活動。具體而言，讓原本中秋贈答的月餅、歲末送年的雞、鴨、粿、魚、罐頭、糖、餅、臘腸、酒等傳統賀禮，開始擴大贈答品的種類，從節日相關的食品開始朝向食衣住行等日常生活各面向的用品，日治初期贈答品的類項已出現：和洋雜貨、襪子、皮夾、衣物、清酒、啤酒、葡萄酒、柴魚片、菸草、茶葉、玩具、砂糖、洋菓子、醃鮭魚、金飾、漬物、京都的陶瓷、竹製品、木屐、水果等物品。我們可見在這些日本帶來的新贈答品項中，除了屬於傳統社會節日飲食的柴魚片、砂糖、醃鮭魚、漬物等贈答品之外，還出現多數過去未做為歲時贈答的物件，譬如最新流行的啤酒、葡萄酒、洋菓子，還有實用器物的玩具、陶瓷、皮夾、木屐等。以上列舉這些贈答品皆隨著商品化的腳步，在商業機制的贈答品創造下，被民眾所接受成為贈答品的新選項。雖然日治時期因臺灣民間贈答的民俗紀錄主要局限對傳統性贈答的描寫，因此，參照那些資料所見的漢人贈答仍以雞、鴨、粿、魚、糖及中秋月餅為主。不過，筆者認為日治時期存在於



圖12 大阪三越吳服店在《臺灣日日新報》刊登的中元贈答品郵購廣告

資料來源：《臺灣日日新報》，1921年6月30日，版7。

臺灣漢人社會中的贈答，除了傳統贈答之外，應已存在受日本影響下的贈答作法。這點顯現於戰後中秋過節的1篇報導：「中秋節前夕，家家糕餅店都堆滿了那些包裝美麗的月餅，以及西餅、罐頭、皮蛋、火腿、燒酒等應時節禮，顧客穿梭進出，同時，在街頭巷尾，到處都可以看到，許多大人先生，太太小姐等，以小汽車、三輪車、腳踏車，或是按步當車，攜帶著那些從糕餅店購來的一串串禮物，此種現象顯示了中秋送禮的風氣，依然不減當年。<sup>70</sup>（筆者加底線）」這篇以「臺灣人家送禮 三教九流不同」為標題的新聞報導，呈現臺灣社會於戰後初期社會情勢、經濟局面動盪不安之際，民間仍對節日送禮的熱衷。當然戰後伴隨中國移民帶來的送禮文化也不可全然忽視，但是日治時期傳承於臺灣社會的節日送禮遺風，應該是造就出報導呈現的蓬勃中秋送禮景象最主要之因。

中秋過節的贈答自清領時期以來，月餅可視為必備的贈答品，但是參照出自1951年的新聞報導內容，顯示戰後初期臺北市人的中秋贈答品的種類已相當多元，特別是這些禮品的準備已脫離自家飼養、製作的食品，節日贈答品已成為透過購買得取得的商品。這種現象同樣呈現於1951年《聯合報》另則報導之中：「說起「歡度」佳節的程度，自然大家小戶各有不同。而歡的方式則一。試看臺北市，自西門町到衡陽街，延平北路繁華區域，商店門內外輝煌陳列的「節品」，是怎樣的引誘著男女老幼，衣冠楚楚的主顧們的選購念頭，同時又被人海湧滿了每一商店的門檻，像擠電影票似的，使店主應接不暇。」<sup>71</sup>顯示購買禮品至少對當時臺北市民來說，已是中秋送禮相當重要的禮品取得管道。同時，店家也將中秋視為重要的商品販賣期，中秋送月餅如此傳統應景的節日贈答做法，在這個時間點，禮品的種類也不僅止於月餅，禮物的準備從過去自家製作、生產之物，轉變成前往商家購買取得，這些造成贈答習俗、送禮行為的變化，確實可歸咎於日治時期伴隨著商品化、都市化等市場經濟環境，以及日本贈答對臺灣傳統贈答產生的部分影響所致。

70 《聯合報》，1951年9月16日，版6。

71 《聯合報》，1951年9月16日，版2。

## 伍、結論

禮物交換，為人類社會維繫情感特有的行為，送禮、備禮、回禮構成的贈答模式，連結著人與人之間的情誼，可謂人類重要的1項溝通模式，更是生活文化中相當重要的環節。其中，順應著季節、歲時、時令等時間傳承週期性展開的贈答習俗，呈現各個社會具有的人情義理的處事態度，及人群、社群間透過物質贈答所搭起的社會性網絡。本研究以贈答習俗在臺的傳承發展為題，具體選擇了定期舉行於民間社會的中元、中秋、歲末等歲時性贈答為焦點，展開歷史縱向的通時性探討。透過這樣的研究過程，一方面也深入理解日治半世紀影響臺灣深遠的日本社會的贈答傳統，並在參照史料文獻、民俗資料來建構贈答於臺的傳承軌跡之餘，特別留意民間歲時觀及國家制定之時間觀之間的關係。這點在日治時期及戰後皆呈現重層性的構造，至少在日治臺灣社會，中元同時並存著臺灣人的中元送口份與日本人為主的中元贈答。到了歲末時分，日本人逢國曆年末展開歲暮贈答，臺灣人社會則在農曆年尾送年過節。這種併行於臺灣社會的新舊曆時間觀，可說即使到了1930年代末期隨著戰局緊繃、皇民化運動等措施施行，日本人、臺灣人基本上仍順應自我傳統文化的歲時觀，熱絡展開贈答送禮維繫情感。

筆者以為贈答習俗在臺百年來的傳承，流傳於漢人社會的贈答於日治時期，最主要受到的是都市化、產業化及商品化等所謂伴隨現代社會脈動加諸的影響，反倒日本贈答文化對漢人贈答產生的影響並非全面。這點可見臺灣漢人社會傳承的贈答內涵，歷經50年的日本統治到戰後，傳承於臺灣漢人社會中的贈答觀念及意義仍少有顯著變化，唯有改變的是部分的贈答形式及禮品類型的擴充，<sup>72</sup>這部分的確可視為日本贈答對臺灣產生的影響受容。反

---

72 日治時期統治當局透過法令規範導入日本贈答民俗的例子，目前僅見昭和15年（1940）發行的《皇民作法讀本》1書中，出現「贈答作法」的說明。這本書籍全篇從日常招呼、餐桌禮儀、服裝儀容、人際應對至公共道德、國家節日等，採單元的方式說明各項禮儀作法原則，可謂皇民化時期的人民教育準則文本，參照：中山馨，《皇民作法讀本》（南方青年社，1940年），頁42-45。

倒是，日治期間統治者當局基於節約、生活改善等理由，對在臺日本人贈答加諸的干預及限制，屢屢透過地方行政力量影響贈答的進行。相較之下，對當時傳承於漢人社會的節日贈答進行的干預卻不多見，唯有限制中元普度供品贈答行為，對於個人性的節日贈答並無明確的限制。如此臺灣贈答習俗的發展途徑，從清領時期的中秋、歲末，到了日治時期，贈答分別傳承於日本人與臺灣人的日常生活，日本人的歲時性贈答以中元、歲暮為主，至於臺灣人的歲時饋贈集中於中元、中秋、歲末期間。戰後，臺灣民間主要的歲時贈答時節，又回復到清領盛行的中秋、歲末送禮，造就出贈答民俗習俗再度的變化，筆者推測除了原本民間於中元普度後分贈親友供品的贈答活動，因舉行時間與中秋接近而出現禮俗統整，最大的原因應該與政府當局主導的民族節日形塑有關。

中秋自古以來即為東亞地區各國共有的歲時節日之一，清領時期的臺灣，中秋節日與秋收、土地公聖誕結合，為民間社會入秋時節最重要的日子。日治的中秋除了保有漢人過去的過節型態，日本人也帶來的日本傳統的中秋傳統，不管在臺灣民間或日本人社會，中秋節日的意義僅止於民間歲時的節慶。但是在戰後，政府當局運用流傳於元末明初的中秋吃月餅殺韃子之說，以投射反共抗俄等政治訴求，有意識將民間節日的中秋形塑成具民族意識的節日，<sup>73</sup>再將中秋指定為國定假日，提升中秋節在民間節日的地位。這樣的節日營造加速中秋節日受世人的重視，相信此舉應是促成戰後至今，中秋送禮發達盛行的一大主因。中秋成為民間在年中的贈答時節，相信政府當局透過中秋宣揚民族意識的影響甚大，一方面加上當局對盛行於臺灣民間的中元普度採取消極甚至壓抑的施政作法，都成為戰前傳承於部分地區的中元送口份的贈答習俗式微。今日宛如理所當然般的中秋送禮，從清領來到日治期間有日顯蓬勃的發展，不過讓此節日贈答行為一轉成為年中饋贈主流，除了民間自主傳承的歲時觀念，那股有意識的節日營造做法，成為左右贈答發展的作用力，這點反倒是在異民族統治的日治時期所未見的。

---

73 阮昌銳，《傳薪集》（臺北：臺灣省立博物館，1987年），頁84。

參考書目

- 山崎祐子，〈中元と歳暮〉，《暮らしの中の民俗学②一年》。東京：吉川弘文館，2003年。
- 山口睦，《贈答の近代—人類学からみた贈与交換と日本社会》。仙台：東北大学出版会，2012年。
- 中山馨，《皇民作法讀本》。出版地不詳：南方青年社，1940年。
- 井之口章次，《日本の俗信》。東京：弘文堂，1975年。
- 石田晴男，〈「天文日記」の音信・贈答・儀礼からみた社会秩序〉，《歴史学研究》627号（東京：青木書局，1991年）。
- 水藤真，〈贈答・饗宴の品々、そして年中行事——『天文日記』から、「大坂寺内町の日々」〉，《国立歴史民俗博物館研究報告》，66号（千葉：国立歴史民俗博物館，1996年）。
- 西岡英夫，《台湾の風俗》。東京：雄山閣版，1942年。
- 伊藤幹治、栗田靖之編著，《日本人の贈答》。東京：ミネルヴァ書房，1984年。
- 伊藤幹治，《贈答の日本文化》。東京：筑摩選書，2011年。
- 佐藤健一郎、田村善次郎，《曆と行事の民俗誌》。東京：八坂書房，2001年。
- 安達正嗣，〈コミュニケーションとしての贈答行動-中元・歳暮を中心に〉，收入石川實・井上忠司編著，《生活文化を学ぶ人のために》（京都：世界思想社，1998年）。
- 池田敏雄，《台湾の家庭生活》。臺北：東都書籍，1944年。
- 林承緯，〈彼岸、十五夜、七五三——日本秋季歳時民俗記〉，《傳藝雙月刊》，第90期（宜蘭：國立傳統藝術中心，2010年）。
- 林承緯，《就是要幸福：臺灣的吉祥文化》。臺北：五南圖書出版，2014年。
- 阮昌銳，《傳薪集》。臺北：臺灣省立博物館，1987年。
- 柳田國男，《定本柳田国男集》，第14卷。東京：筑摩書房，1962年。

- 宮田登、荻原秀三郎，《催事百話ムラとイエの年中行事》。東京：ぎょうせい，1975年。
- 祖運輝，〈簡介民族所所藏《臺灣風習一斑》並試述日治初期臺灣人贈送禮品和金錢授受的習慣〉，《民族所研究資料彙編》，第2期（臺北：中央研究院民族學研究所，1990年）。
- 郭雪湖，「南街殷賑」，絹・膠彩134 x 195公分，1930年。
- 新谷尚紀，《和のしきたり日本の曆と年中行事》。東京：日本文芸社，2007年。
- 鈴木清一郎，《台湾旧慣冠婚葬祭と年中行事》。臺北：臺灣日日新報，1934年。
- 飯倉晴武，《日本人のしきたり》。東京：青春出版社，2003年。
- 臺灣總督府民政部文書課，《台湾総督府統計書第一号（明治30年）》。臺北：臺灣總督府民政部，1899年。
- 臺灣總督府專賣局，《臺灣酒專賣史下卷》。臺北：臺灣總督府專賣局，1941年。
- 臺灣總督府國語學校公學師範部學生，《臺灣風習一斑（手稿）》。出版者不詳，1910年。
- 顏杏如，〈二つの正月——植民地台湾における時間の重層と交錯（1895-1930）〉《日本台湾学会報》，第9号（東京：日本台湾学会，2007年）。
- 櫻井英治，《贈与の歴史学 儀礼と経済のあいだ》。東京：中公新書，2011年。
- ばいいん，〈台湾に於ける中秋の月〉，《台湾慣習記事》，第2卷第10号（1902年）。
- 《臺灣新報》  
《臺灣日日新報》  
《漢文臺灣日日新報》  
《臺灣婦人界》  
《臺灣自動車界》  
《臺灣農林新聞》

《臺灣藝術新報》

《糖業》

《聯合報》

〈今年のお中元に関する意識調査〉（2012年6月22日），「アサヒグループホールディングス」網站：[www.asahigroup-holdings.com/news/2012/0622.html](http://www.asahigroup-holdings.com/news/2012/0622.html)（2014年2月9日點閱）。

〈今年のお歳暮に関する意識調査を実施〉（2013年11月18日），「アサヒグループホールディングス」網站：[www.asahigroup-holdings.com/news/2013/1118.html](http://www.asahigroup-holdings.com/news/2013/1118.html)（2014年2月9日點閱）。

國立臺灣大學圖書館舊照片資料庫：[photo.lib.ntu.edu.tw/pic/db/oldphoto.jsp](http://photo.lib.ntu.edu.tw/pic/db/oldphoto.jsp)。

From the Mid-Summer Ghost Festival to the Mid-Autumn Festival:  
Gift Giving Customs and Seasonal Concepts in Modern Taiwan

Cheng-wei Lin \*

Abstract

This study examines the evolution of gift giving customs in modern Taiwan. Focusing on the mid-summer, mid-autumn, and year-end festivals, the paper analyzes the connections between Taiwanese and Japanese gift giving customs to increase understanding on how local traditions were influenced by Japan's mid-summer and year-end gift cultures, which were introduced to Taiwan during the Japanese colonial era. Furthermore, it examines the parallel use of the Chinese lunar calendar alongside the Western calendar in Taiwan during the colonial era, as well as the seasonal gift giving customs of Japan and Taiwan.

In Taiwan, the development of gift-giving customs during the period between the Qing Dynasty and the Japanese colonial era were passed down into Japanese and Taiwanese lifestyles. The Japanese have a custom of giving gifts during mid-summer and year-end, while the Taiwanese practiced such customs during mid-summer, autumn, and year-end. After the end of World War II, Taiwanese people resumed the customs they practiced during the Qing Dynasty by only giving gifts during mid-autumn and year-end. This can be attributed to the tradition of making gifts for family and friends after the Ghost Festival, the fact that these events occur around the Mid-autumn Festival, and the government's role in designating national festivals. The urbanization, industrialization, and commercialization that took place during the Japanese colonial era also influenced the practices and gift types seen in Chinese gift giving customs.

---

\* Associate Professor, Graduate Institute of Architecture and Cultural Heritage, Taipei National University of the Arts.

\*\* Ph.D. , Osaka University.

Keywords: gift giving customs, mid-autumn festival gift, mid-summer (ochugen)  
and year-end (oseibo) gifts, seasonal concepts, folk culture,